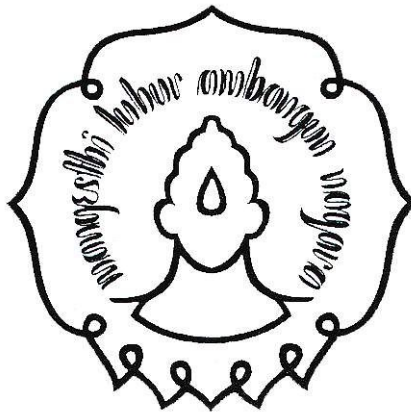


**PEMBUATAN DESAIN GRAFIS DI BAGIAN KREATIF
LEMBAGA STUDI DESAIN
(LESTUDE)**



Diajukan Oleh :

FATWA AZIZ NUR

D1307031

PERIKLANAN

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk melengkapi tugas – tugas dan memenuhi syarat – syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya bidang Komunikasi Terapan

**PROGRAM DIPLOMA III KOMUNIKASI TERAPAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2010

PERSETUJUAN

Tugas Akhir Berjudul :

**PEMBUATAN DESAIN GRAFIS DI BAGIAN KREATIF
LEMBAGA STUDI DESAIN
(LESTUDE)**

Karya

Nama : FATWA AZIZ NUR

NIM : D1307031

Konsentrasi : Periklanan – Kreatif (Graphic Design)

Disetujui untuk dipertahankan dihadapan Panitia Penguji Tugas Akhir Program D-3 Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta,

Menyetujui

Dosen Pembimbing.

Drs. Mursito, B.M, SU
NIP. 19530727198003 1 001

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diuji dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir

Program D-3 Komunikasi Terapan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Hari :

Tanggal :

Panitia Ujian Tugas Akhir :

Dra. Sri Urip Haryati, MSI
NIP. 19570821 1983032 001

Drs. Mursito, B.M, SU
NIP. 19530727198003 1 001

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Dekan,

Drs. H. Supriyadi, SN, SU
NIP. 19530128 1981031 001

MOTTO

- Berusahalah untuk tidak menjadi manusia yang berhasil tapi berusahalah menjadi manusia yang berguna.
(Einstein)
- Raih kesuksesan dengan kreatifitas.
- Orang yang menghitung kehidupan akhirat pasti lebih baik daripada kehidupan dunia.
(Muh. Amrin Mohamad)

PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa cinta dan kasih sayang Kupersembahkan Tugas Akhir ini untuk :

- Allah S.W.T yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan tugas ini.
- Ayah (Alm.). Ibu yang terhormat atas dukungan dan perhatiannya.
- Bapak Ahmad Adib selaku pemilik Lembaga Studi Desain (LESTUDE)
- Segenap staf Lembaga Studi Desain (LESTUDE)
- Segenap teman – teman FISIP UNS.
- Almamaterku.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur allhamdullillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Kuliah Kerja Media (KKM) di Lembaga Studi Desain (LESTUDE) mulai dari tanggal 1 Februari sampai dengan tanggal 31 Maret 2010 dan menyusun Laporan Kuliah Kerja Media (KKM) yang berjudul “ **PERANAN DESAIN GRAFIS SEBAGAI BAGIAN KREATIF DI LEMBAGA STUDI DESAIN (LESTUDE)** “. Telah menjadi kewajiban bagi kami sebagai mahasiswa FISIP UNS Program D3 Komunikasi Terapan Jurusan Periklanan untuk melaksanakan praktek Kuliah Kerja Media guna menempuh Tugas Akhir sebagai persyaratan untuk mencapai gelar Ahli Madya.

Penulis menyadari bahwa dalam pelaksanaan kegiatan ini semuanya tidak akan dapat berjalan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis bermaksud untuk menyampaikan rasa terima kasih dengan kerendahan hati dan ketulusan yang mendalam kepada:

1. Bapak Drs. H. Supriyadi, SN, SU selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Bapak Drs. Eko Setyanto, Msi selaku ketua Program Diploma III Komunikasi Terapan FISIP Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Bapak Ahmad Adib selaku pemilik Lembaga Studi Desain (LESTUDE) yang telah memberi kesempatan untuk melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM).
4. Bapak Drs. Mursito, B.M, SU selaku pembimbing Tugas Akhir yang dengan arif dan bijaksana telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan masukan yang berarti dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

5. Bapak Dra. Hj. Sofiah, M.Si selaku Pembimbing Akademik selama mengikuti perkuliahan D3 Advertising.
6. Seluruh dosen dan staf program DIII Komunikasi Terapan Fisip Universitas Sebelas Maret Surakarta atas semua peran serta guna kelancaran studi selama di perkuliahan.
7. Seluruh staff Lembaga Studi Desain (LESTUDE) yang telah membantu penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Ibu ku yang telah mengasuhku selama ini dan memberikan perhatian yang lebih.
9. Teman – teman suka duka selama KKM. Widowati, Yusuf, Kang Papay, Sinta, Gandi, Dean, Oka.
10. Teman – teman angkatan 2007 atas kerjasamanya selama ini dalam mencari ilmu, persahabatan dan makna dari sebuah kehidupan.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa Tugas Akhir ini belumlah sangat sempurna, maka dengan terbatasnya waktu dan segala pengetahuan penulis yang sangat terbatas, sehingga diharapkan kritik dan saran yang membangun guna kesempurnaan Tugas Akhir ini.

Akhirnya penulis berharap mudah – mudahan laporan Akhir ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca yang budiman pada umumnya.

Surakarta, 14 Juni 2010

(FATWA AZIZ NUR)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang	1
B. Alasan Melakukan Kuliah Kerja Media (KKM).....	2
C. Tujuan Melakukan Kuliah Kerja Media (KKM).....	4
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 6
A. Kreatifitas.....	6
B. Desain Grafis.....	8
C. Elemen-elemen Desain Grafis.....	9
D. Prinsip-prinsip Desain Grafis.....	11

	E.	Peralatan Desain Grafis.....	12
BAB III		DESKRIPSI PERUSAHAAN.....	15
	A.	Sejarah Berdirinya LESTUDE.....	15
	B.	Visi dan Misi LESTUDE.....	17
	C.	Company Profile.....	18
	D.	Client.....	19
	E.	Struktur Organisasi.....	20
BAB IV		PELAKSANAAN MAGANG.....	21
	A.	Deskripsi Magang.....	22
	B.	Kendala dan Cara Mengatasi Kesulitan.....	26
BAB V		PENUTUP.....	27
	A.	Kesimpulan.....	27
	B.	Saran.....	27

DARTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pertumbuhan industri kreatif di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang cukup pesat dan tentunya dengan persaingan yang sangat ketat pula. Salah satunya adalah industri periklanan. Iklan dimanfaatkan oleh kalangan produsen untuk mendapatkan perhatian dari kalangan konsumen yang sebanyak-banyaknya demi mendapatkan keuntungan.

Bisnis periklanan dalam perkembangannya, seolah-olah menjadi bagian yang terpenting dari proses pemasaran yang tidak dapat dipisahkan antara satu dengan yang lain. Tatkala media cetak baru dikenal, kandungan iklan hanya sebatas mengumumkan atau memperkenalkan sesuatu. Dalam perkembangannya kemudian, penampilan iklan pun terus disempurnakan dengan memadukan seni dan teknologi seraya menambahkan unsur persuasi ke dalamnya.

Desain grafis merupakan salah satu unsur yang penting di dalam suatu iklan. Karena dengan di dukung dengan adanya suatu desain grafis yang menarik maka iklan akan mendapatkan perhatian dari para masyarakat / konsumen. Desain pada dasarnya adalah hasil penyusunan pengalaman visual dan emosional dengan memperhatikan elemen-elemen desain yang dituangkan dalam satu kesatuan komposisi yang mantap. Salah satu proses desain sering juga disebut proses

desain grafis. Desain grafis adalah suatu bidang yang penuh tantangan kreatif dan artistik yang juga dikatakan sebagai desain komunikasi visual. Karena pada umumnya desain grafis menggunakan gambar, foto, symbol, dan berbagai macam bahasa untuk mendukung pesan yang akan disampaikan.

Desain grafis bermula sebagai penyempurnaan penampilan dari suatu karya yang masih nampak sederhana sampai terbentuk karya yang lebih bernilai kreatif dan imajinatif. Sehingga pesan yang akan disampaikan lebih menarik dan dapat ditangkap oleh khalayak. Suatu karya desain dapat terlihat kreatif dan imajinatif, sangat tergantung kepada ide dari seorang desainer grafis. Karya desain grafis dapat bernilai lebih jika seorang desainer dapat mewujudkan apa yang menjadi keinginan khalayak dan karya tersebut dapat diterima oleh khalayak.

B. ALASAN MELAKUKAN KULIAH KERJA MEDIA (KKM)

Lebih mengembangkan kreasi, ide dalam mendesain dan bakat maka penulis memilih Lembaga Studi Desain (LESTUDE) sebagai tempat untuk melakukan Kuliah Kerja Media. Dalam program D3 periklanan terdapat mata kuliah desain grafis. Penulis merasa sangat cocok dengan mata kuliah ini oleh karena itu penulis ingin lebih memperdalamnya melalui Kuliah Kerja Media di Lembaga Studi Desain (LESTUDE).

Penulis memilih di bagian kreatif karena untuk lebih mengembangkan bakat dan minat penulis agar dapat meneruskan pada jenjang yang berikutnya yaitu terjun di dunia kerja yang sesungguhnya. Agar kualitas dan kuantitas

mahasiswa Periklanan Universitas Sebelas Maret Surakarta terus berkembang, maka mahasiswa dianjurkan untuk melakukan Kuliah Kerja Media pada instansi yang sudah dipilihnya sesuai dengan jurusan dan minat masing-masing mahasiswa. Program D3 Komunikasi Terapan FISIP UNS merupakan salah satu institusi akademis yang turut serta mempersiapkan tenaga informasi yang professional khususnya di bidang Periklanan.

Sistem pendidikan diwujudkan untuk membekali mahasiswa melalui pengetahuan teori dan praktek. Namun demikian, dalam hal praktek lembaga pendidikan belum dapat memenuhi secara maksimal, maka Program D3 Komunikasi Terapan FISIP UNS membutuhkan kerjasama dengan lembaga-lembaga terkait (Institusi Mitra), dengan harapan dapat memberikan kesempatan pada mahasiswa untuk mengembangkan wawasan teoritis dan wawasan kerja atau praktek secara seimbang dalam dunia kerja.

Program Diploma III Komunikasi Terapan FISIP UNS terus berupaya mengembangkan kurikulum akademiknya agar mampu menyesuaikan kebutuhan dan perkembangan industri saat ini (periklanan). Sistem pendidikan pada Program Diploma III Komunikasi Terapan FISIP UNS diwujudkan untuk membekali mahasiswa melalui pengetahuan teori 30% dan praktek 70%. Maka dari itu program Diploma III Komunikasi Terapan FISIP UNS berinisiatif untuk melakukan program studi praktek dengan metode program dalam bentuk Kuliah Kerja Media (KKM).

KKM adalah program praktek kerja yang diorientasikan pada keterlibatan langsung dari mahasiswa dengan dunia kerja di lapangan. Untuk menerapkan dan mempraktekkan ilmu-ilmu yang selama ini diperoleh di bangku kuliah. Kegiatan KKM ini menempatkan para mahasiswa pada lembaga-lembaga media sebagai tempat untuk menimba ilmu, agar keseimbangan teori, praktek, dan pengalaman diperoleh untuk bekal di dunia kerja nantinya.

C. TUJUAN MELAKUKAN KULIAH KERJA MEDIA (KKM)

Kegiatan Kuliah Kerja Media yang dilaksanakan di berbagai instansi yang mempunyai tujuan sebagai berikut :

- Memperluas pengetahuan dan mengembangkan ilmu yang dipelajari bagi mahasiswa, sesuai dengan bidang studi yang dipelajarinya di bangku kuliah serta di dunia kerja nantinya.
- Memberikan pengalaman bagi mahasiswa sehingga lebih siap menghadapi dunia kerja dalam masyarakat dan mampu menerapkan wawasan teoritis maupun praktek Ilmu Komunikasi dalam kuliah kerja lapangan.
- Meningkatkan kreatifitas dan profesionalisme mahasiswa, agar dapat memprediksi serta mempersiapkan diri menghadapi persaingan di era globalisasi.
- Untuk menyiapkan para mahasiswa menjadi tenaga-tenaga yang professional di bidang periklanan.
- Mematangkan dan memantapkan minat yang dipilih.

- Mengenal lebih dalam bagaimana system kerja profesi yang telah dipilih.
- Menjalin dan membina hubungan baik antara Fakultas dengan Lembaga dimana mahasiswa melakukan Kuliah Kerja Media.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi merupakan suatu cara untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Pesan yang disampaikan dapat secara langsung atau melalui media-media tertentu. Iklan merupakan salah satu pesan yang dapat disampaikan melalui beberapa media contohnya media elektronik dan media cetak. Dengan menggunakan elemen-elemen grafis berupa bentuk dan gambar, susunan huruf, warna serta tata letak, dan perwajahan, iklan menyampaikan pesan atau gagasan secara visual dari seseorang atau suatu kelompok kepada kelompok lain dan disampaikan melalui ungkapan yang kreatif. Iklan (periklanan) termasuk dalam seni grafis lebih khususnya lagi dalam hal publikasi dan produk. Iklan juga sangat berperan penting dalam memajukan perekonomian suatu negara.

A. KREATIFITAS

Kreatifitas adalah adonan dasar yang menjadi senjata utama dalam berkreasi atau dalam proses pembuatan iklan (Agustrijanto, 2002: 53). Sifat-sifat yang membentuk karakteristik orang-orang kreatif adalah:

1. Curious atau dorongan untuk mencari tahu. Rasa ingin tahunya besar, ia akan senantiasa mencari jalan keluar agar keingintahuannya tercapai.

Faktor kemauan, kemampuan dan lingkungan memegang peranan sangat penting. Namun biasanya orang kreatif dapat mengatasinya.

2. Agent of Change Development atau agen perubahan. Orang-orang kreatif selalu mampu menciptakan suatu hal yang bisa membuka mata khalayak. Ide orisinal karena ia selalu mengikuti peristiwa yang berkembang di masyarakat.
3. Open Mind atau bersikap terbuka. Seorang yang kreatif selalu bisa beradaptasi dengan lingkungan dan sangat peduli terhadap perkembangan yang terjadi di masyarakat. Ia adalah seorang kritis.
4. Questions and Answer atau keinginan untuk bertanya dan menjawab yaitu sikap yang tidak pernah diam. Seorang yang kreatif tidak akan pernah puas dengan satu pertanyaan satu jawaban. Selalu dikembangkan sikap mencari alternatif dan solusi.

Orang kreatif. Orang-orang kreatif adalah para profesional yang bertanggung jawab terhadap pekerjaan kreatif. Mereka bias dikenal antara lain sebagai pengarah kreatif, penulis naskah, pengarah seni atau produser. Meskipun banyak dari mereka yang bekerja secara tetap pada biro iklan, tidak sedikit juga yang bekerja langsung kepada pengiklan atau bertindak sebagai konsultan lepas, baik pada pemasang iklan maupun sebuah biro iklan (Rhenald Khasali, 1995 : 80)

B. DESAIN GRAFIS

Seni grafis termasuk desain dan produk publikasi serta seni komersial. Di dalam konteks tersebut diperoleh cakupan yang lebih luas yang meliputi bidang Drawing, Ilustrasi, Fotografi, Periklanan Desain buku, Komputer grafis, serta poster dan Ilmu Percetakan. Desain adalah suatu proses atau kegiatan dalam rangka menghasilkan suatu produk yang baru yang berbentuk rancangan (*prototype*).

Jadi Desain Grafis adalah suatu proses menciptakan suatu pesan baru yang terdiri dari teks dan ilustrasi pada segala permukaan. Dari definisi itu berarti desain grafis merupakan bidang yang ruang lingkupnya sangat luas.

Menurut M. Suyanto (2004 hal 25), Desain Grafis dapat didefinisikan “suatu aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri (yang biasa disebut seni komersial). Aplikasi-aplikasi ini dapat meliputi periklanan dan penjualan produk; menciptakan identitas visual untuk institusi ; dan secara visual menyempurnakan pesan dalam publikasi”.

Desain Grafis merupakan penggunaan kata, huruf, dan gambar serta elemen-elemen grafis lain untuk berkomunikasi. Di dalamnya mengandung seni dari ekspresi verbal-visual.

Ada 3 tahapan pembuatan desain grafis yaitu :

- Sketsa (thumbnails)

Kegiatan ini merupakan pembuatan hasil karya desain yang dilakukan dengan mencoret-coret seperti yang terlintas dalam pikiran secara kasar.

- Rough

Merupakan perbaikan dari sketsa / thumbnails. Dalam pembuatan rough, semua detail dari apa yang akan disampaikan dan ditampilkan sudah dibuat menyamai hasil baik ilustrasi atau gambar.

- Komperhensif

Berdasarkan rough yang telah dibuat, maka langkah selanjutnya barulah dibuat desain komperhensifnya. Elemen yang ada harus dibuat sebagaimana karya desain nantinya dan sama/serupa dengan apa yang akan diproduksi nantinya.

C. ELEMEN-ELEMEN DESAIN GRAFIS

1. Titik

Titik merupakan elemen grafis yang wujudnya relatife kecil, di mana dimensi panjang dan lebarnya dianggap tidak berarti. Titik cenderung ditampilkan dalam bentuk kelompok, dengan variasi jumlah, susunan dan kepadatan tertentu.

2. Garis

Garis adalah salah satu elemen grafis yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek. Ciri khasnya adalah terdapat arah serta dimensi memanjang.

3. Bidang

Bidang merupakan elemen desain yang berdimensi panjang dan lebar. Ditinjau dari bentuknya bidang dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu bidang geometri dan bidang non-geometri atau tidak beraturan.

4. Ruang

Ruang dapat dihadirkan dengan adanya suatu bidang. Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi menjadi dua, yaitu ruang nyata dan ruang semu. Keberadaan ruang sebagai elemen grafis tidak dapat diraba tetapi dapat dimengerti.

5. Warna

Warna sebagai elemen grafis yang berkaitan dengan bahan yang mendukung keberadaannya ditentukan oleh jenis pigmennya. Kesan yang diterima oleh mata lebih ditentukan oleh cahaya. Warna sangat bergantung pada Hue (spektrum warna), Saturation (kepekatan), dan Lightness nilai cahaya dari gelap ke terang. Hal yang paling menentukan adalah Lightness. Jika ia bernilai 0, maka seluruh palet warna akan menjadi hitam, sebaliknya jika bernilai 100, maka warna akan berubah menjadi

putih atau tidak berwarna karena terlalu silau. Nilai yang pas adalah 40 hingga 40, disini kita akan melihat warna- warna dengan jelas.

6. Tekstur

Tekstur merupakan nilai raba dari suatu permukaan. Ditinjau dari efek tampilannya, tekstur dibedakan menjadi tekstur nyata dan tekstur semu. Tekstur nyata bila ada kesamaan antara hasil raba dan pengelihatannya. Sedangkan tekstur semu terdapat perbedaan antara hasil raba dengan pengelihatannya.

D. PRINSIP-PRINSIP DESAIN GRAFIS

1. Kesatuan

Kesatuan atau unity merupakan salah satu prinsip desain yang menekankan pada keselarasan dari unsure-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun kaitannya dengan ide yang melandasinya. Kesatuan diperlukan dalam suatu karya grafis yang terdiri dari beberapa elemen didalamnya. Dengan adanya kesatuan inilah, elemen-elemen yang ada saling mendukung sehingga diperoleh fokus yang dituju.

2. Keseimbangan

Keseimbangan atau balance merupakan salah satu prinsip dalam komposisi yang menghindari kesan berat sebelah atas suatu bidang atau

ruang yang diisi dengan unsur-unsur rupa atau desain.

3. Irama

Irama adalah penyusunan unsur-unsur dengan mengikuti suatu pola penataan tertentu secara teratur agar didapatkan kesan yang menarik. Penataannya dapat dilaksanakan dengan mengadakan pengulangan maupun pergantian secara teratur.

4. Kontras

Kontras diperlukan sebagai vitalitas dalam suatu komposisi agar tidak terkesan monoton. Kontras ditampilkan secukupnya saja karena bila terlalu berlebihan, akan muncul ketidakteraturan dan kontradiksi yang jauh dari kesan harmonis.

5. Fokus

Fokus selalu diperlukan dalam suatu komposisi desain sebagai pusat perhatian. Penjagaan keharmonisan dalam membuat suatu fokus dilakukan dengan menjadikan segala sesuatu yang berada di sekitar fokus mendukung fokus yang telah ditentukan.

6. Proporsi

Proporsi adalah perbandingan antara bagian dengan bagian dan antara bagian dengan keseluruhan. Prinsip desain tersebut menekankan pada

ukuran dari suatu unsur yang akan disusun dan sejauh mana ukuran itu menunjang keharmonisan tampilan suatu desain.

E. PERALATAN DESAIN GRAFIS

Peralatan yang digunakan oleh desainer grafis adalah ide, akal, mata, tangan, alat gambar tangan, dan komputer. Sebuah konsep atau ide biasanya tidak dianggap sebagai sebuah desain sebelum direalisasikan atau dinyatakan dalam bentuk visual. kedatangan desktop publishing memberikan kemudahan bagi para desainer grafis untuk membuat suatu desain secara cepat dan baik. Desain grafis dengan komputer memungkinkan perancang untuk melihat hasil dari tata letak atau perubahan tipografi dengan seketika tanpa menggunakan tinta atau pena, atau untuk mensimulasikan efek dari media tradisional tanpa perlu menuntut banyak ruang.

Seorang perancang grafis menggunakan sketsa untuk mengeksplorasi ide-ide yang kompleks secara cepat, dan selanjutnya ia memiliki kebebasan untuk memilih alat untuk menyelesaikannya, dengan tangan atau komputer.

Beberapa software yang digunakan dalam desain grafis:

Desktop publishing

- Adobe Photoshop
- Adobe Illustrator

- Adobe Indesign
- Page Maker
- Coreldraw
- GIMP
- Inkscape
- Adobe Freehand
- Adobe image ready
- CorelDraw

Webdesign

- Macromedia Dreamweaver
- Microsoft Frontpage
- Notepad
- Adobe Photoshop

Audiovisual

- Adobe After Effect
- Adobe Premier
- Final Cut
- Adobe Flash, atau sebelumnya Macromedia Flash
- Ulead Video Studio
- Magic Movie Edit Pro
- Power Director

BAB III

DESKRIPSI PERUSAHAAN

A. SEJARAH BERDIRINYA LEMBAGA STUDI DESAIN (LESTUDE)

Secara konseptual, LeStuDe sudah mulai dirancang sejak Juli 2006 saat Ahmad Adib dan beberapa teman dosen maupun professional membuka kantor konsultan Ahmad Adib & Partners *branding research & development* di Arcade Hotel Sahid Kusuma Solo. AhmadAdib&Partners didirikan sebagai alternatif bentuk pengembangan disiplin keilmuan bidang desain serta ketertarikan pada dunia komunikasi pemasaran (*marketing communication*) yang dianggap akan mampu lebih memberikan ruang gerak keilmuannya. Di kantor tersebut mulai banyak yang nyambangi (menengok) baik teman-teman secara individu maupun organisasi/lembaga, teman-teman alumni dan para mahasiswa dari yang sekedar *say hello*, sampai yang mengajak diskusi super serius tentang segala hal yang dianggap aktual.

Sesekali mulai mampir juga beberapa wakil dari Pemerintah Daerah dan beberapa perusahaan lokal untuk sekedar *silaturrahim*, mencari informasi, konsultasi sampai yang langsung memberikan tanggungjawab sebuah proyek. Perlahan tapi pasti mulailah dipercaya oleh lembaga dan perusahaan untuk mengajukan/menerima pekerjaan sesuai bidang yang selama ini menjadi positioning kita, yaitu branding research & development. Dari beberapa job yang ditangani, dalam prosesnya masih harus menjelaskan secara panjang lebar, detail

serta disertai contoh-contoh yang telah ada. “Kita memang harus menjelaskan dengan sabar sambil menerapkan strategi kampanye edukasi (education campagne), untuk memahamkannya,” papar Pak Adib, demikian beliau biasa dipanggil.

Bermula dari bincang-bincang yang semakin menantang sekaligus menarik inilah, mulai muncul mendirikan lembaga yang diharapkan mampu sebagai media interaksi bagi siapapun yang tertarik serta memiliki komitmen untuk mengembangkan desain di kota Solo ini. Diawali dengan riset pada lembaga-lembaga yang relatif sama untuk digunakan dalam proses pencarian bentuk, jenis dan nama lembaga yang dianggap paling sesuai dengan tujuan lembaga ini. Dilanjutkan mencari masukan-masukan ke notaris dan ahli yang kompeten untuk segera secara formal merealisasikan lembaga tersebut.

Bulan Juli 2007, rencana kegiatan ini mau tak mau harus tertunda, karena pada pada bulan itu juga Ahmad Adib diterima sebagai mahasiswa program PhD/S3 di Jurusan *International Business* Fakultas *International Studies* di Universitas Utara Malaysia (UUM). Saat itu juga kantor AhmadAdib & Partners yang tadinya di Hotel Sahid Kusuma, meskipun lebih strategis dan berkelas tapi terlalu sempit luas ruangnya, sehingga harus pindah pada sebuah rumah di Jalan Seruni, Badran, Purwosari, Solo. Hampir sekitar satu tahun rencana pendirian lembaga ini bak mati suri tak bergerak & tak beranjak sama sekali menjadikan hampir semua personal yang siap berjuang bersama sejenak melupakannya.

Barulah pada medio Juli 2008, saat kantor AhmadAdib&Partners menempati kantor baru di Jalan Melati (utara Rumah Sakit Kasih Ibu), Purwosari, Solo, ide pendirian itu muncul lagi untuk segera direalisasikannya. Dengan dukungan dan kerjasama beberapa dosen Seni Rupa UNS, ISI Solo, ASDI, ITB, ITS dan UK Petra Surabaya ditambah beberapa teman praktisi/profesional, akhirnya *diwanek-wanekno* (memberanikan diri) berdirilah **Lembaga Studi Desain (LeStuDe)**. Yang oleh karena semangat untuk segera membuat aktifitas-aktifitas bersama berbagai kalangan akademis, Pemkot, pengusaha maupun masyarakat mulai dimunculkannya istilah “*centre of design studies*”

B. VISI DAN MISI LEMBAGA STUDI DESAIN (LESTUDE)

Visi dan Misi

Sebagai wadah untuk meningkatkan keilmuan dan kekayaan bidang desain akademisi dan praktisi yang selanjutnya dimanfaatkan sebagai upaya meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap dunia desain.

Tujuan

- Secara konseptual merancang dan melaksanakan program-program pengembangan dan sosialisasi bidang desain.
- Menyatukan semua stakeholder terkait untuk bersama-sama mengembangkan bidang desain.

C. COMPANY PROFILE

1. Nama Perusahaan : Lembaga Studi Desain (LESTUDE)
2. Alamat : Jl. Melati No. 7 (Utara RS. Kasih Ibu)

Purwosari Solo 57142 (0271)731656
3. Website : www.lestude.com
4. Pendiri : Ahmad Adib
5. Direktur : 1. Nidyah Widyamurti

2. Teguh Prihadi

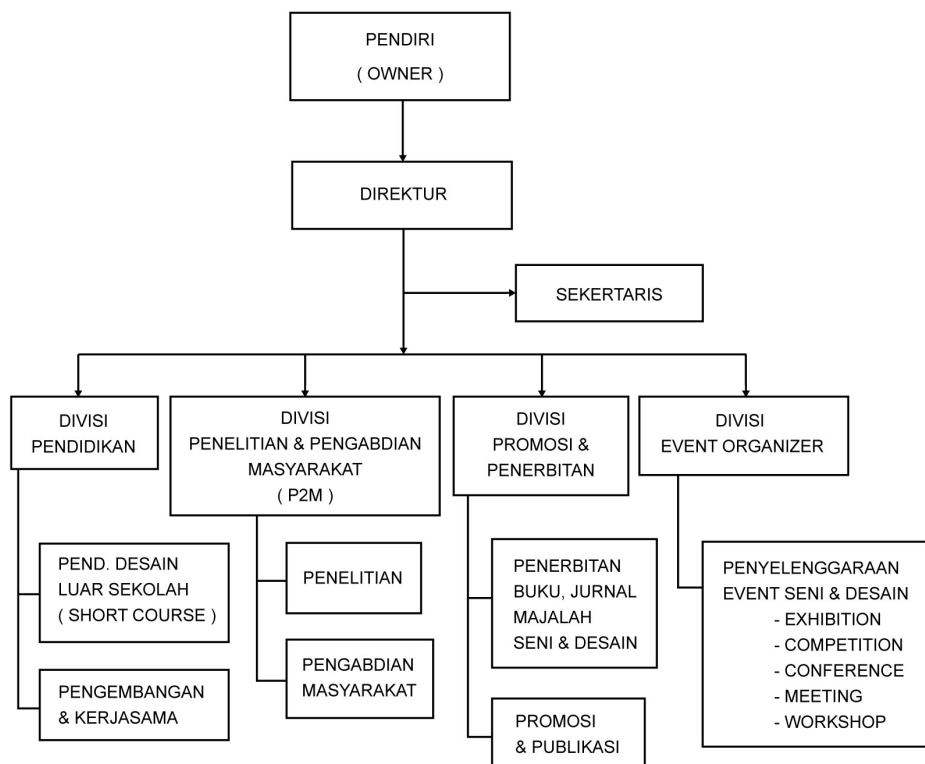
3. Quintanova Rizqino
6. Administrasi : Anggi Septya Cahyani
7. IT Programmer : Heru Dwi Hartanto
8. Desain kreatif : BJ. Abdul Halim
9. Desain kreatif : Yudhatama Ricky G.
10. Account executive : Eko Andiyanto
11. Marketing : Mahmud Ridho Makarim

D. CLIENT

- Universitas Sebelas Maret (UNS) – Solo
- PT. Tiga Serangkai Inti Corpora – Solo
- Institut Science & Teknologi Terapan Surabaya (iSTTS)
- Visi Media College – Solo
- PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) II – Surabaya
- Yayasan Kesehatan “Panti Kosala” – Solo
- Lesehan “Pondok Laras” Kelapa Dua –Jakarta
- “Griyo Kulo” Kali Samin – Karang Pandan
- PT. Santri Bina Mulia – Solo
- “Serambi Merapi” Kaliurang – Jogjakarta
- PT. Green Flora – Tangerang
- Borneo International School of Design & Technology - Balikpapan
- Yayasan RENA “Barrier Free Tourism” Indonesia – Solo
- Minimarket “Planet Toys” – Jepara
- “Khusnudhon” Book & Stationary Corner – Solo
- “Republikartoon TV” Kali Samin – Karang Pandan

- Penerbit dan Percetakan “Pustaka Bengawan” – Solo
- “Arjuna” Tailor – Solo
- “KLIUC - Kuala Lumpur Infrastructure University College” Kajang,
Selangor – Malaysia
- Muhammad Ishak Bhd. Johor Baru – Malaysia

E. STRUKTUR ORGANISASI



Sumber: www.lestude.com

BAB IV

PELAKSANAAN MAGANG

Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM) / magang di Lembaga Studi Desain (LESTUDE) selama dua bulan, secara resmi mulai dari tanggal 1 Februari 2010 sampai tanggal 31 Maret 2010. Sebenarnya pada tanggal 25-29 Januari penulis sudah mulai masuk magang, tapi pada waktu satu minggu tersebut penulis gunakan untuk mengakrabkan diri dengan para staf yang ada disana dan juga sudah mulai mengerjakan desain untuk cover modul pengajaran. Penulis melaksanakan magang dari hari senin sampai hari jum'at masuk mulai jam 09.00 – 17.00.

Alasan penulis memilih Lembaga Studi Desain (LESTUDE) sebagai tempat untuk melaksanakan Kuliah Kerja Media karena tempatnya yang tidak terlalu jauh, kemudian penulis ingin mendapatkan ilmu yang lebih tentang desain yang tidak di dapatkan di kampus sehingga bisa lebih meningkatkan kreatifitas untuk menghasilkan suatu desain yang baik. Selama melakukan Kuliah Kerja Media di Lembaga Studi Desain (LESTUDE) penulis ditempatkan pada bagian kreatif di divisi Ojwala Communication. dan dibimbing secara langsung oleh Mas Abdul sebagai Creative Director.

Ojwala Comunication merupakan salah satu bagian dari divisi Lestude yang menangani tentang proses pekerjaan kreatif terutama tentang pekerjaan desain Penulis melaksanakan magang di LESTUDE bersama lima orang

pemagang lain dan berada pada bagian yang sama yaitu pada bagian kreatif. Penulis merasa senang karena ada dua orang pemagang yang jurusannya berbeda dengan penulis yaitu jurusan deskomvis yang pengetahuannya tentang desain tentunya lebih banyak. Di sini penulis bisa sharing dengan teman pemagang lain, belajar dan bekerja sama dalam satu tim.

A. DESKRIPSI MAGANG

1. Minggu Pertama (1-5 Februari 2010)

Pada hari pertama magang penulis langsung mendapatkan pekerjaan dari bapak Ahmad Adib (pemilik dan pendiri LESTUDE) untuk membuat logo sebuah tempat wisata di Wonogiri. Untuk pekerjaan membuat desain, penulis menggunakan software grafis yang sedikit berbeda dengan yang sering digunakan. Yaitu penulis menggunakan Adobe Illustrator. Logo tersebut adalah NKG (Nampu, Karst, dan Gajah Mungkur), dari masing-masing tempat tersebut dibuatkan satu buah logo dan satu logo yang merupakan gabungan dari ketiga tempat tersebut. Jadi seluruhnya ada empat logo yang harus dibuat. Pembuatan logo ini hanya untuk dijadikan referensi oleh bapak Adib. Selain penulis ada dua orang teman pemagang, yang juga disuruh untuk membuat logo ini. Selama satu minggu penulis fokus untuk mengerjakan logo tersebut sampai selesai. Penulis menyadari bahwa untuk membuat suatu logo yang baik itu tidaklah mudah, logo yang baik haruslah simple dan mudah diingat dan yang paling penting adalah logo tersebut dapat diaplikasikan pada semua media. Sering terjadi revisi untuk

pembuatan logo ini. Setiap hari bapak Adib selalu memberikan masukan kepada penulis dan membimbing untuk menyelesaikan logo tersebut. Akhirnya selama satu minggu lebih penulis dapat menyelesaikan logo tersebut.

2. Minggu ke Dua (8-12 Februari 2010)

Minggu ke dua pelaksanaan magang, penulis mendapatkan pekerjaan dari Ibu Utik (direktur I) untuk membuat cover album foto Lomba Rancang Busana Batik 2009 seleksi tingkat kota Surakarta. Karena LESTUDE juga merupakan peserta dalam lomba tersebut, maka untuk pekerjaan membuat cover diserahkan kepada LESTUDE. Pekerjaan ini diserahkan kepada dua orang, untuk pembuatan cover diserahkan kepada penulis dan untuk penyusunan foto diserahkan kepada teman pemagang lain. Pertama penulis merasa bingung karena tidak diberi arahan sama sekali tentang komposisi desain yang akan dibuat. Kemudian penulis mencari beberapa referensi dari internet dan selama dua hari, desain pertama sudah jadi namun belum disetujui. Penulis melakukan beberapa perubahan pada komposisi desain terutama pada gambar, penempatan logo, dan layout. Akhirnya setelah satu minggu pengerjaan desain cover tersebut dapat selesai dibuat dan hanya mengalami revisi satu kali. Sebenarnya hal yang cukup sulit untuk mengerjakan cover ini bagi penulis adalah menentukan layout, namun dengan adanya masukan oleh Ibu Utik dan sedikit referensi yang didapat melalui internet akhirnya penulis dapat menyelesaikannya.

3. Minggu ke Tiga (15-19 Februari 2010)

Pada minggu ke tiga penulis melaksanakan magang, penulis mendapatkan pekerjaan dari Mas Abdul untuk membuat poster magang untuk jurusan Desain Komunikasi Visual dan Manajemen Informatika, karena LESTUDE masih membutuhkan beberapa orang pemegang. Untuk pekerjaan ini penulis diberi materi tentang isi poster dan untuk komposisi desainnya penulis diminta untuk mencari ide sendiri. Penulis diminta untuk membuat desain poster yang simple dan tidak terlalu menggunakan banyak komposisi warna yang berbeda. Untuk desain kedua poster ini yang paling menonjol adalah pada bagian headline. Saat proses pengerjaannya penulis tidak banyak mengalami kesulitan, hanya sedikit kesulitan pada layout. Poster pertama jadi dalam dua hari dan mengalami sedikit revisi karena pemilihan typography yang kurang tepat, dan poster kedua juga jadi dalam dua hari tetapi tanpa revisi.

4. Minggu ke Empat (22-25 Februari 2010)

Pada minggu ke empat pelaksanaan magang, penulis mendapatkan pekerjaan untuk membuat logo Solo Batik Carnival 3. Logo ini dibuat juga hanya untuk referensi saja dan yang disuruh untuk membuat logo ini ada dua orang. Penulis bekerja pertama-tama dengan membuat sketsa terlebih dahulu dan selanjutnya diproses dengan menggunakan komputer. Untuk pembuatan logo Solo Batik Carnival 3 ini penulis mengalami banyak revisi, terutama pada pemilihan typography dan ilustrasi gambar yang kurang sesuai. Yang paling sulit adalah menentukan font yang cocok untuk karakter logo SBC 3. Setelah mengalami proses yang cukup sulit akhirnya pada hari terakhir logo tersebut bisa selesai. Pada minggu yang sama ini selain mengerjakan logo Solo Batik Carnival 3,

penulis juga mengerjakan gambar kereta jaladara untuk cover Solo Digital Magazine.

5. Minggu ke Lima (1-5 Maret 2010)

Pada minggu ke lima penulis melaksanakan magang, pekerjaan penulis adalah masih melanjutkan menyelesaikan cover Solo Digital Magazine. Solo Digital Magazine merupakan majalah digital yang didalamnya berisi kebudayaan kota Solo dan tempat-tempat yang ada di kota Solo. Kesulitan mengoperasikan software desain CorelDraw, membuat penulis bekerja agak lama karena penulis tidak terbiasa menggunakan software desain ini. Namun dengan begini penulis jadi bisa mendapatkan ilmu tentang software ini. Penulis disuruh untuk membuat gerbong pada kereta jaladara sebagai ilustrasi utama, untuk gambar punakawan dikerjakan oleh Mas Abdul. Hal yang paling sulit untuk menyelesaikan ilustrasi ini adalah pada pembuatan roda kereta. Selain mengerjakan cover penulis juga membantu teman pemagang lain untuk menyelesaikan iklan layanan masyarakat tentang hari musik nasional. Penulis diminta untuk menyelesaikan sketsa kasar yang telah dibuat dengan menggunakan komputer. Proses pengerjaan ILM ini hanya dibuat dalam satu hari dan bisa selesai sampai akhirnya dimuat di Koran Joglosemar.

6. Minggu ke Enam (8-12 Maret 2010)

Minggu ke enam pelaksanaan magang di LESTUDE, Penulis mengerjakan pembuatan transisi gambar tari piring untuk content majalah SignMagz (majalah digital LESTUDE) edisi ke empat. Majalah digital yang keluar setiap dua bulan

sekali ini berisi seputar desain dan kebudayaan Indonesia. Penulis dibantu oleh teman pemegang lain untuk menyelesaikan pekerjaan ini. Untuk menyelesaikan pekerjaan ini penulis menggunakan software desain yang berbeda dari biasanya, yaitu menggunakan Adobe Flash, karena desain yang dibuat merupakan suatu desain gambar yang bergerak. Pertama penulis mengalami sedikit kesulitan karena sama sekali belum pernah mengoperasikan software ini, namun dengan dibantu Mas Abdul akhirnya penulis pun mengerti dan bisa menyelesaikan pekerjaan ini tepat waktu. Sekali lagi di sini penulis mendapatkan ilmu tentang pengoperasian software baru yaitu Adobe Flash. Selain dalam format flash / video, gambar tari piring ini juga dibuat dalam format ttf (true type font).

7. Minggu ke Tujuh (15-19 Maret 2010)

Pada minggu ke tujuh ini, penulis mengerjakan sketsa karakter untuk content Majalah SignMagz. Sketsa kasarnya dibuat oleh teman pemegang lain, kemudian penulis menyempurnakannya menggunakan komputer. Proses pengerjaannya tidak sepenuhnya diselesaikan oleh penulis, karena teman penulis lah yang lebih tau tentang bentuk desainnya. Penulis hanya disuruh untuk menebalkan line / garis dan memberi shading pada sketsa yang telah dibuat. Secara teknis penulis tidak mengalami kesulitan sama sekali, dengan sedikit pengarahan penulis bisa mengerjakan sendiri. Penulis merasa senang untuk mengerjakannya karena dalam pengerjaan desain ini penulis menggunakan peralatan desain yang sebelumnya belum pernah penulis gunakan yaitu menggunakan wacom.

8. Minggu ke Delapan (22-26 Maret 2010)

Minggu ke delapan penulis mendapat pekerjaan untuk membuat sertifikat bagi murid LESTUDE. Penulis tidak mengalami kesulitan yang berarti dalam pembuatan sertifikat ini karena sudah diberikan arahan tentang komposisi desainnya. Walaupun sudah diberi arahan, sebelum memulai mengerjakan penulis juga masih mencari referensi dari internet untuk mengembangkan ide yang sudah ada. Karena mengejar deadline, untuk mengantisipasi terjadinya revisi maka penulis membuat beberapa alternatif desain. Di sini penulis membuat empat alternatif desain yang setiap desainnya berbeda, dari layout dan warnanya. Akhirnya dari ke empat desain tersebut ada yang dipilih sehingga pekerjaan ini bisa selesai tepat pada waktunya.

9. Minggu ke Sembilan (29-31 Maret 2010)

Pada minggu terakhir magang, penulis mengerjakan pembuatan font atau typography untuk project buku indie font yang didalamnya berisi kumpulan font-font buatan sendiri. Dalam membuat font ini penulis mengalami kesulitan untuk menentukan konsepnya. Konsep pertama yang diminta adalah tentang kebudayaan Indonesia, namun penulis tetap kesulitan untuk menemukan konsep dan bentuk font yang cocok. Setelah berpikir agak lama akhirnya penulis dapat menemukan konsep dan dapat memulai mengerjakan pembuatan font selama tiga hari, mulai dari awal sampai akhir yang sudah dijadikan format ttf (true type font).

B. KENDALA DAN CARA MENGATASI

Pada awal mulai melaksanakan Kuliah Kerja Media, penulis sempat merasa kesulitan untuk mengerjakan suatu desain karena software desain yang sering dipakai penulis berbeda dengan software desain yang dipakai di tempat magang. Tapi penulis diperbolehkan untuk membawa software desain sendiri kemudian diinstal pada komputer di tempat magang. Selain itu penulis juga sering merasa kebingungan untuk menentukan konsep desain yang akan dibuat pertama kali. Untuk mengatasi hal itu, penulis sering melakukan browsing melalui internet untuk mencari referensi atau membaca majalah desain yang telah tersedia di tempat magang.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Desain grafis sekarang memang sudah menjadi hal yang berpengaruh dalam industri komunikasi. Dengan adanya desain grafis pertumbuhan perekonomian pun dapat meningkat, lewat keberhasilan suatu proses iklan. Dari uraian yang telah dijabarkan sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa pembuatan desain grafis di bagian kreatif Lembaga Studi Desain (LESTUDE), memegang peranan yang sangat penting. Karena lembaga ini merupakan sebuah lembaga pendidikan luar sekolah yang di dalamnya mengajarkan tentang desain grafis. Selain itu lembaga ini juga merupakan lembaga Branding Consultant yang tentunya memerlukan sekali proses desain seperti pembuatan logo, company profile, dan lain-lain.

B. SARAN

Penulis juga ingin menyampaikan saran yang mungkin akan bermanfaat, bagi :

- Lembaga Studi Desain (LESTUDE)
 - Akan lebih baik jika LESTUDE memiliki tempat produksi sendiri untuk memproduksi hasil desainnya.

- Mencari client yang memiliki potensi yang lebih besar di banding sebelumnya.
- Perbaiki system kerja dan lebih meningkatkan kedisipilinan.
- Program Diploma 3 Periklanan (FISIP) UNS
 - Tingkatkan fasilitas yang sudah ada, sesuai dengan biaya yang dikeluarkan oleh mahasiswa.
 - Tingkatkan kedisipilan dosen dalam mengajar.
 - Jaring hubungan yang baik dengan biro-biro iklan yang besar.
- Mahasiswa Periklanan angkatan 2007
 - Jaga persahabatan dan kekompakan.
 - Tetap bina hubungan yang baik dengan instansi tempat magang dahulu.
 - Tingkatkan kreatifitas dan potensi yang kalian miliki, demi menyambut masa depan yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Agustrijanto, 2002. *Copy Writing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Khasali, Rhenald, 1995. *Manajemen periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Kusrianto, Adi, 2007. *Pengantar Deskomvis*. Yogyakarta: ANDI.

Suyanto, M., 2006. *Desain Grafis Periklanan*. Yogyakarta: ANDI.